



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESTADO DO PARANÁ  
ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO DE SUPRIMENTOS

RENATA COSTA DE MATTOS

**ANÁLISE DE VIABILIDADE FINANCEIRA DE NEGÓCIO:  
ENTREGA DE CAFÉS ESPECIAIS EM REGIÃO COMERCIAL DE CURITIBA**

CURITIBA / PR

JUN / 2016

RENATA COSTA DE MATTOS

**ANÁLISE DE VIABILIDADE FINANCEIRA DE NEGÓCIO:  
ENTREGA DE CAFÉS ESPECIAIS EM REGIÃO COMERCIAL DE CURITIBA**

Artigo Científico apresentado à  
Universidade Federal do Paraná – UFPR,  
como requisito para conclusão do Curso  
de Especialização em Suprimentos.

Orientador: Prof. Dra. Adriana de Paula  
Lacerda Santos.

CURITIBA / PR

JUN / 2016

## **ANÁLISE DE VIABILIDADE FINANCEIRA DE NEGÓCIO: ENTREGA DE CAFÉS ESPECIAIS EM REGIÃO COMERCIAL DE CURITIBA**

RENATA COSTA DE MATTOS

**RESUMO:** O artigo em questão visa a elaboração de um plano de viabilidade financeira para a criação de uma empresa (Neo Café) que pratica a entrega de cafés especiais em porta (delivery) em Curitiba, capital do Paraná, com foco nos empreendimentos comerciais que estão em torno do local previsto para instalação da produção. Serão analisados aspectos como custo dos fornecedores da matéria-prima (café), aluguéis e/ou compra de equipamentos para produção, pesquisa de salários, concorrentes diretos (cafeterias) e indiretos (máquinas de café de monodose). Ao final, o trabalho concluiu sobre a viabilidade do negócio, seus riscos e oportunidades que podem ser aproveitadas, dado que as condições de custo e demanda do cenário provável para o negócio se realize.

Palavras-chave: Viabilidade financeira. Cafés Especiais. Entrega em porta.

**ABSTRACT:** The article in question is aimed at the elaboration of a financial viability plan for the creation of a company (Neo Café) practicing delivery of specialty coffee in Curitiba, capital of Paraná, with focus on business construction are around the site planned for the production installation. Will be analysed aspects such as cost of raw material suppliers (coffee), rental and/or purchase of equipment for production, research salaries, direct competitors (coffee shops) and indirect (coffee machines). At the end, the work completed on the viability for the business, its risks and opportunities that can be exploited, given the cost and demand conditions of the likely scenario for the deal is done.

Keywords: Financial viability. Specialty Coffees. Delivery.

## 1. INTRODUÇÃO

O problema abordado neste artigo está relacionado à elaboração de um plano de viabilidade financeira para uma empresa com prática em entrega de café em porta (delivery) na cidade de Curitiba, no Paraná.

Tendo em vista a abertura de um novo negócio diante do agravamento da crise político-social-econômica do Brasil, o que anima é que os consumidores brasileiros não diminuam o consumo de café nos últimos anos, nem em 2015. Segundo a ABIC (Associação Brasileira de Indústrias de Café) as tendências indicam que o consumo de café no Brasil vem aumentando levemente no ano que passou (diferente dos anos anteriores que cresceu rapidamente) e as pessoas estão cada vez mais procurando por opções para ter este produto sempre disponível como, por exemplo, a praticidade de ter uma máquina de café em monodose (cápsulas) em casa ou no trabalho. Porém, o foco da empresa Neo Café é atingir os consumidores fora do lar, que são os que mais procuram por café de qualidade. Segundo a ABIC, a desaceleração econômica do país impactou nesta procura por qualidade momentaneamente, mas tende a recuperar no segundo semestre de 2016, data prevista para a abertura do Neo Café.

No período compreendendo entre Novembro/2014 e Outubro/2015 a ABIC registrou o consumo de mais de 20,5 milhões de sacas, isto representando um acréscimo de 0,86% em relação ao mesmo período anterior correspondente, que havia sido de um pouco mais de 20,3 milhões de sacas. Além disso, o consumo fora do lar, onde predominam os cafés Superiores e Gourmet (intuito de matéria-prima utilizada pelo Neo Café), apresentam taxas de crescimento positivas. Maiores investimentos em produtos e no Marketing interno do café impulsionaram as vendas das marcas mais conhecidas. Mensalmente novas marcas de cafés especiais são lançadas, fazendo com que o mercado apresente uma oferta muito significativa de produtos de alta qualidade para consumidores brasileiros. A ABIC registrou em pesquisa que os consumidores de café desejam praticidade, qualidade e diversidade no café e estima que este segmento de cafés diferenciados, embora represente a menor parte do consumo, continue apresentando taxas de crescimento de 15% a

20% ao ano, o que forma um ambiente muito atrativo para a abertura de uma empresa no ramo. (ABIC, 2010)

No entanto, qualquer empreendimento apresenta um certo risco de viabilidade, principalmente se houver a necessidade de alavancagem financeira inicial, o que torna o negócio crítico. Mas não é o caso do Neo Café. Com este trabalho pretende-se criar um plano financeiro para se analisar a viabilidade de criação de tal empresa de café que pretende oferecer produtos de qualidade, desde a matéria-prima até a embalagem à seus clientes.

O objetivo desta pesquisa foi desenvolver um plano de viabilidade financeira para uma empresa de café que pratica entregas em porta (delivery) na região comercial/empresarial no centro da cidade de Curitiba, abordando todo investimento necessário para o empreendimento, estipulação de custos fixos, projeção de fluxo de caixa para os 5 primeiros anos e o tempo de retorno do capital investido no início do negócio (payback).

## 2.O EMPREENDEDORISMO

O empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem, se antecipa aos fatos e tem uma visão futura da organização. (DORNELAS 2012).

No Brasil, o conceito de empreendedorismo tem sido muito difundido, desde o final da década de 1990, época em que entidades como o Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) surgiram, e teve no intervalo de 2000 a 2010 um marco na consolidação do tema e de sua relevância para o país (DORNELAS, 2012).

Como apresentou DORNELAS (2012), a grande preocupação com a criação de pequenas empresas duradouras e a necessidade da diminuição das altas taxas de mortalidade desses empreendimentos são, sem dúvida, motivos para a popularidade do termo empreendedorismo. Isto porque, nos últimos anos, após varias tentativas de estabilização da economia e da imposição advinda do fenômeno da globalização, muitas grandes empresas brasileiras tiveram de procurar alternativas para aumentar a competitividade e reduzir os custos para manter-se no

mercado. Outras, devido a gravíssima situação atual do país não tiveram alternativas, a não ser fechar suas portas.

Uma das consequências da situação de crise onde o Brasil se encontra já à alguns anos foi o grande aumento do índice de desemprego no país. Sem muitas alternativas, os ex-funcionários dessas empresas começaram a desenvolver e criar novos negócios, muitas vezes sem alguma experiência no ramo, gastando o pouco que ainda lhes restou de economias pessoais ou de direto. Quando menos esperam, esses profissionais já estão do outro lado da moeda. Agora são chefes, líderes, patrões e não mais funcionários. Hoje é visto muitos novos empreendedores desta leva ficando na economia informal, desacreditados pela falta de crédito, pelo excesso de impostos e pelas abusivas taxas de juros (DORNELAS, 2012).

Juntando todos estes fatores à natureza do brasileiro em querer ser o dono do próprio nariz, buscando a independência através do próprio negócio, desperta-se o interesse daquele indivíduo que sempre quis desenvolver uma ideia inovadora, difundir um diferencial do seu negócio, e mover por conta própria a sua parte na economia nacional.

Segundo DORNELAS (2012) o processo empreendedor envolve todas as funções, atividades e ações associadas com a criação de novas empresas. Em primeiro lugar, o empreendedorismo envolve o processo de geração de algo novo, de valor. Em segundo, requer a devoção, o comprometimento de tempo e o esforço necessário para fazer a empresa crescer. E em terceiro, que riscos calculados sejam assumidos e decisões críticas tomadas, é preciso ousadia e ânimo apesar de falhas e erros.

Para DOLABELA (1999) um dos principais atributos do empreendedor é identificar oportunidades, agarrá-las e buscar os recursos para transformá-las em negócio lucrativo. Não é indispensável que ele possua os meios necessários à criação de sua empresa. Mas deve ser capaz de atrair tais recursos, demonstrando o valor do seu projeto e comprovando que tem condições de torná-lo realidade. O dinheiro é visto pelo empreendedor como uma medida de desempenho, como meio para realizar os seus objetivos, mas raramente como objetivo em si mesmo.

Sem sombra de dúvida um dos maiores erros em relação às novas idéias de negócios é que elas devam ser únicas, exclusivas, jamais pensadas por outrem. O

importante é como o empreendedor desenvolve e aplica sua idéia, inédita ou não, de forma a usar a criatividade e transformá-la em um produto ou serviço que façam a sua empresa crescer por causa disso. As oportunidades, que sempre dizem que está batendo na porta, é que geralmente são únicas. O pulo para o sucesso está em observar e aproveitar o momento em que a oportunidade aparece e desenvolver um novo produto, ganhar um novo mercado e estabelecer uma identidade que o diferencie dos concorrentes (DORNELAS, 2012).

Isto tudo não generaliza que uma idéia para lá de revolucionária não seja o gatilho do sucesso de uma empresa. Porém isso só acontece quando o empreendedor criativo conhece (ou passa a conhecer) o mercado onde irá atuar, tem visão de negócio natural ou adquirida e saber ser pragmático no momento em que necessita ser, identificando suas deficiências, protegendo sua idéia e conhecendo a fundo e incessante, sua concorrência.

O que se vê realmente são pessoas que reclamam da falta de criatividade genética e que nunca têm ou terá boas ideias, que trabalham exaustivamente e não são reconhecidas, se acomodando e aceitando este fato como normal. É aí onde mora o erro. As empresas e os empreendedores de sucesso são diferentes: estão sempre à procura de novas ideias, oportunidades de mercado e antenados a tudo que ocorre à volta deles. Questionam, são curiosos, não aceitando a primeira explicação dada para os fatos ocorridos. Novas idéias não brotam em qualquer lugar! Elas aparecem quando a cabeça da pessoa está completamente aberta para que isso ocorra, ou seja, quando está aberta para novas experiências. Assim, qualquer fonte de informação pode ser uma partida para novas ideias e identificação de oportunidades de mercado (DORNELAS, 2012)

Identificar se uma oportunidade é realmente única não é tão simples assim. Há vários itens envolvidos como, por exemplo, o conhecimento do ramo de atividade em que a oportunidade está vinculada, seu mercado, os diferenciais competitivos do produto/serviço para empresa. Como DORNELAS (2012) menciona, antes de começar a se preocupar com análises estratégicas e financeiras detalhadas, definições de processos de produção, identificação de necessidades de recursos financeiros e pessoais, ou seja, antes da concepção de um plano de negócios completo, o empreendedor deve avaliar a oportunidade que tem em mãos, para

evitar desperdiçar tempo e recursos em uma ideia que talvez não agregue tanto valor ao negócio nascente ou já criado. Resumindo, o empreendedor não deve colocar a “carroça na frente dos bois” e deve focar na oportunidade correta. Não existe uma regra para identificar se uma oportunidade é boa ou ruim, o importante é ter embasamento suficiente para sustentá-la.

### 3. O CAFÉ NO BRASIL

A origem das cafeterias que conhecemos hoje no Brasil, vem das cidades européias e foram desembarcar no território brasileiro pelos estudantes de Universidades do Velho mundo. Com o passar dos anos, dando seguimento às tendências européias, os cafés no Brasil se tornaram o lugar preferido para encontros daqueles que queriam discutir assuntos importantes ou simplesmente passar o tempo, iniciando o “ritual do cafézinho” (ABIC, 2016).

Está em funcionamento na capital do Rio de Janeiro até hoje, uma das cafeterias mais tradicionais daquela época, a Confeitaria Colombo. Fundada em 1894, a confeitaria é hoje patrimônio cultural e artístico do Rio de Janeiro onde muitos visitantes de influência artística e intelectual se encontram para tomar um café (ABIC, 2016).

Nos últimos anos houve uma onda provocada pelas modernas máquinas de café expresso, que revolucionaram o hábito do cafezinho, permitindo um crescimento vertiginoso das cadeias de lojas de café. Os Estados Unidos da América foi o pioneiro, meados a década de 1990, a fabricar estas máquinas em larga escala e difundi-las para o mundo (ABIC, 2016).

O Brasil hoje é o maior produtor mundial de café, sendo responsável por 30% do mercado internacional, volume equivalente à soma da produção dos outros seis maiores países produtores. É também o segundo mercado consumidor, atrás somente dos Estados Unidos (ABIC, 2016).

Atualmente, principalmente devido a ascensão de boa parte da população brasileira nos últimos 15 anos, o consumo de café vem aumentando em expressões relevantes (ABIC, 2016).



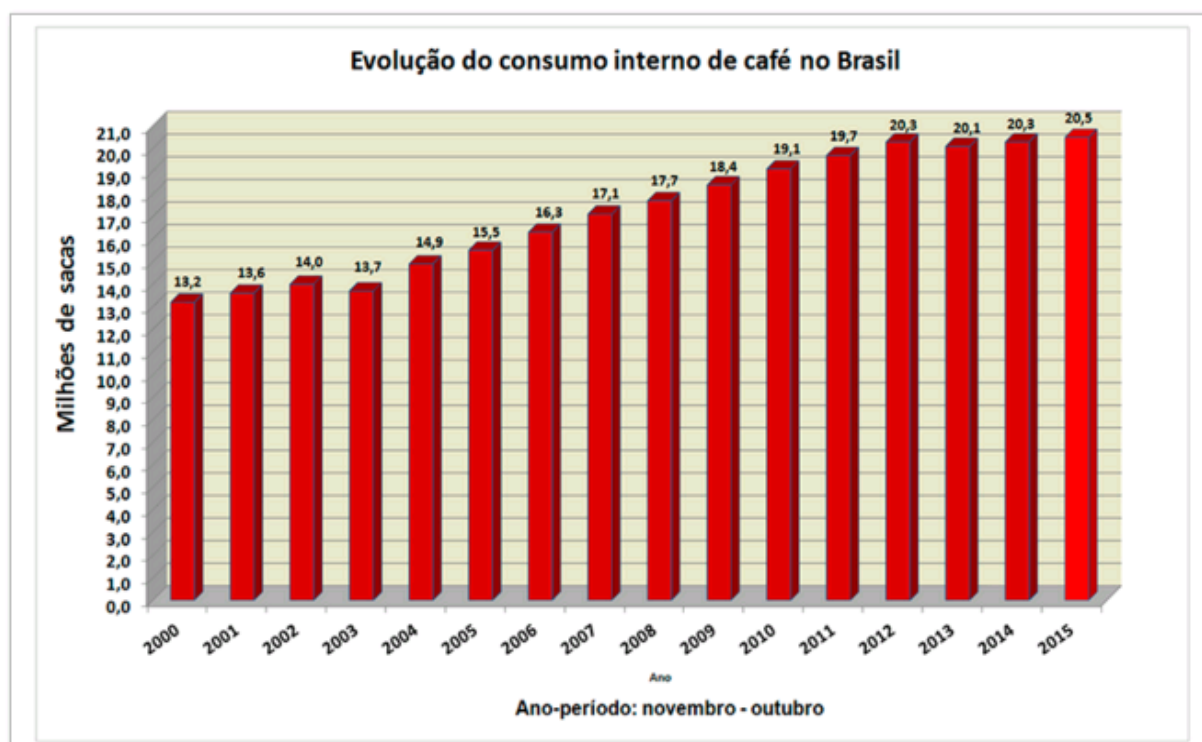


Gráfico 1  
Fonte: (site ABIC, 2016).

Como pode ser visto no gráfico 1, o consumo da bebida aumentou de 20,3 milhões de sacas em 2014 para um pouco mais de 20,5 milhões para 2015. Além disso, para 2016 a ABIC (Associação Brasileira de Café), projeta um crescimento no volume, chegando a 21 milhões de sacas (ABIC, 2016).

O costume de consumir café fora de casa vem crescendo ao decorrer dos anos. Se antes era somente um hábito doméstico, agora vem se tornando cada vez mais uma prática comum entre a população, o que apresenta uma vantagem para o setor de cafeterias, que podem explorar esta tendência e aumentar suas vendas e receitas (ABIC, 2016).

Quanto aos tipos de cafés consumidos, segundo a ABIC (Associação Brasileira da Indústria de Café) o café coado continua sendo o tipo mais presente no consumo, principalmente no café da manhã, na residência. Porém o instantâneo também tem forte apelo para este horário. Já o cappuccino e o expresso são os tipos mais consumidos fora de casa: em coffee shops, restaurantes e ambientes de trabalho, tanto no café da manhã, após o almoço ou mesmo no final da tarde. Esses tipos de cafés, bem como os especiais – gourmet, descafeinado, orgânico entre

outros - começam a mostrar uma presença mais significativa nas pesquisas e no dia-a-dia dos consumidores (ABIC, 2016).

Os consumidores e apreciadores do bom café têm expectativas por novidades em relação ao insumo. Sejam novos produtos, novas combinações ou mesmo novas sugestões culinárias. É notório o interesse demasiado por misturas prontas, além da contínua demanda por cafés de qualidade, indicando que os esforços que estão sendo feitos pela indústria para oferecer um produto de melhor qualidade, estão encontrando receptividade junto aos consumidores (ABIC, 2016).

A ideia inovadora da empresa Neo café é levar aos apreciadores e aos não conhecedores (futuros apreciadores) os cafés do tipo Gourmet e Especial. Os cafés tipo Gourmet são de alta qualidade, porém o café especial por necessitarem da certificação da ABIC (Associação Brasileira da Indústria de Café), apresentam uma qualidade superior dos gourmets convencionais. Apesar de toda certificação, os cafés gourmets convencionais são mais abrangentes na parcela de consumo dessa categoria de café entre os brasileiros

Sendo assim, a empresa de café delivery, Neo café, apresentada neste Artigo pretende oferecer produtos de qualidade à sua clientela em Curitiba, localizada em uma região de intenso ramo empresarial, procurando atender àqueles que optam pela comodidade e qualidade de cafés frescos quando não há tempo de fazer aquela pausa para o cafezinho.

#### 4. PLANO FINANCEIRO

De acordo com o que foi publicado por DORNELAS (2012) os principais demonstrativos a serem apresentados em um plano de negócio são: Balanço Patrimonial, que reflete a posição financeira da empresa em determinado momento balanciando os bens, direitos e obrigações da mesma), Demonstrativo de Resultados (receitas x despesas, entradas x saídas) e Demonstrativo de Fluxo de Caixa (compilações dos dados de entrada e saída de caixa), todos projetados com um horizonte de, no mínimo, três anos, sendo que o usual é normalmente um período de 5 anos. No caso do fluxo de caixa deve ser detalhado mês a mês. Por

meio desses demonstrativos é possível efetuar uma análise de viabilidade do negócio e o retorno financeiro proporcional. Para essas análises, geralmente se usam os seguintes métodos: análise do ponto de equilíbrio, prazo de Payback, TIR (Taxa interna de retorno) e VPL (Valor Presente Líquido).

### 5.1. ANÁLISE FINANCEIRA

A análise financeira deste trabalho irá apresentar em números, todos os planos para a empresa e as suas respectivas comprovações por meio de prospecções futuras de sucesso, por exemplo, de quanto capital se necessita, para quando e com que propósito de utilização. Os relatórios ao final irão conter demonstrativos de fluxo de caixa com o horizonte de cinco anos, necessidades de investimentos, custos fixos mensais, capital de giro, análise de ponto de equilíbrio, demonstrativos de resultados, faturamentos previstos, margens previstas, prazo de retorno sobre o investimento inicial (payback), taxa interna de retorno (TIR) e valor presente líquido (VPL).

Segundo DEGEN (1989) o conceito de fluxo de caixa é bastante simples. As atividades do negócio resultam em entradas ou saídas do seu caixa. A projeção dessas variações sobre o caixa, para o futuro geral o ciclo financeiro do negócio.

De acordo com CHIAVENTO (2014), o capital de giro representa a quantidade de dinheiro que a empresa utiliza para movimentar seus negócios. Envolvem estoques, dinheiro em caixa e em bancos, financiamento a clientes por meio de contas a receber, salários e encargos, aluguel, conta de luz, água, telefone, ect..

No ponto de equilíbrio da empresa, descobre-se qual o volume de vendas que deve ser alcançado para que não ocorram prejuízos. Segundo DEGEN (1989) o ponto de equilíbrio operacional do fluxo de caixa de um novo negócio é o nível em que as entradas operacionais geradas por vendas igualam-se às saídas, decorrentes dos custos operacionais necessários para produzir estas vendas num determinado período. As saídas ou custos operacionais são divididos em custos variáveis e custos fixos.

Para DORNELAS (2012) a demonstração do resultado é uma classificação ordenada e resumida das receitas e das despesas da empresa em determinado período. Da receita total obtida devem ser subtraídos impostos, abatimentos e devoluções concedidas, resultando na receita líquida. Desta receita líquida, deduzem-se os custos dos produtos vendidos (comércio), dos produtos fabricados (indústria), ou dos serviços prestados (serviços), para se chegar ao lucro bruto. Em seguida subtraem-se do lucro bruto as despesas operacionais. Essa denominação de despesas operacionais se dá pelo fato de representarem os gastos necessários para que as receitas sejam alcançadas. Finalmente é calculado o valor do imposto de renda, contabilizando-se no final a soma de lucros ou prejuízos que, se não forem distribuídos aos sócios, serão incorporado ao patrimônio líquido, alterando por consequência o próprio balanço.

Conforme escreveu DORNELAS (2012) a técnica de payback mede o tempo necessário para a recuperação do capital inicialmente investido.

Segundo DORNELAS (2012) para medir a VPL de um projeto, faz-se uma estimativa do valor atual para os futuros fluxos de reais que estarão sendo gerados pelo projeto, e deduz-se o investimento feito inicialmente. Para isso, descontam-se os futuros fluxos de caixa após impostos para o seu valor presente, e depois se subtrai o investimento inicial. Se o VPL for positivo, o projeto é viável, pois o valor presente dos futuros fluxos de caixa é maior que o investimento inicial. Caso contrário o projeto deve ser rejeitado.

## 5. METODOLOGIA DE PESQUISA

Segundo GIL (2008), para cada pesquisa existe, naturalmente, um objetivo específico. Para tais objetivos é feita uma classificação destas pesquisas, distinguindo-as em três diferentes níveis de métodos: pesquisa explicativa, que tem como preocupação central identificar os fatores que determinam ou que contribuem para a ocorrência dos fenômenos, o que torna uma pesquisa complexa e delicada (a razão e o porquê das coisas); a pesquisa descritiva, que por sua vez tem como seu objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou

fenômeno, ou estabelecimento de relações entre variáveis (técnicas padronizadas de coleta de dados) e por último a pesquisa exploratória, que têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores. De todos os tipos de pesquisa, esta é a que apresenta menor rigidez no planejamento, geralmente envolvendo levantamento bibliográfico e documental, entrevistas não padronizadas e estudos de caso, como é o caso deste artigo.

De acordo com DENZIN e LINCON (2006), a pesquisa também pode variar entre qualitativa e quantitativa. A qualitativa implica uma ênfase sobre as qualidades das entidades e sobre os processos e os significados que não são examinados ou medidos experimentalmente (se é que são medidos de alguma forma) em termos de quantidade, volume, intensidade ou frequência, a exemplo deste trabalho relacionado a abertura da empresa Neo Café. Já os estudos quantitativos enfatizam o ato de medir e de analisar as relações casuais entre variáveis, e não processos.

Na primeira etapa foram compiladas informações de resultado de outras pesquisas abertas ao público, e que podem ser encontradas nas bibliotecas, artigos acadêmicos, livros, revistas, sites, além de planos de negócios de empresas de mesmo ramo para se ter uma base de como este trabalho pode ser estruturado e direcionar as outras etapas de coleta e análise de dados.

Em seguida foi-se às ruas, no perímetro do local de onde se pretende localizar a produção do café, bairro Centro Cívico, para obter dados da região tais como: concorrentes diretos, que são as cafeterias instaladas nas proximidades e concorrentes indiretos, neste caso, a utilização de máquinas de café em monodose no ambiente de trabalho. Também foi observado o fluxo de pessoas no complexo comercial e por fim desenvolvida uma pesquisa rápida de apenas uma pergunta, com o intuito de descobrir se as pessoas estão dispostas a sair de seu ambiente de trabalho para apenas tomar um café. Além dos dados obtidos na região de futura instalação, foram feitos levantamentos de custos como insumos, maquinário, mobília, aluguel, salário, etc, que foram utilizados no desenvolvimento do plano financeiro da empresa.

Para DEGEN (1989) após identificada a oportunidade de negócio e coletadas as informações sobre ela, o futuro empreendedor precisa ordenar essas

informações em um conceito, que deve descrever claramente a necessidade do grupo de clientes a que ele pretende atender, com algo (produto ou serviço) que sabe fazer, a um custo que esses clientes estão dispostos a pagar.

Após toda a coleta e análise de dados e levantamentos, partiu-se para a elaboração do plano financeiro propriamente dito. Nessa parte da pesquisa, os conceitos vistos na revisão bibliográfica foram trabalhados através das informações coletadas com o intuito de cumprir com os objetivos estabelecidos no início do trabalho. Finalmente, foi feita uma análise do plano financeiro como um todo na conclusão deste artigo.

Em resumo:

1ª Etapa	FORMULAÇÃO DO PROBLEMA	Problema: Identificar viabilidade do delivery de cafés especiais.
2ª Etapa	COLETA DE DADOS	Pesquisa de dados existentes e coleta de dados de amostras específicas da região que serão necessárias para elaboração do plano de viabilidade, tais como: Concorrentes diretos e indiretos, preferências, ocupação, preços, ect.
3ª Etapa	SÍNTESE DOS DADOS	Organização da informações obtidas na etapa anterior para aplicação em cálculos financeiros.
4ª Etapa	ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS	Organizar e sumariar os resultados de forma tal que possibilitem o fornecimento de respostas para o problema inicial
5ª Etapa	REDAÇÃO DO RELATÓRIO FINAL	Definição das conclusões da pesquisa para qual o convergem todos os passos desenvolvidos ao longo do projeto, ressaltando o alcance do trabalho e as consequências dos resultados.

Tabela 1 – Etapas de Pesquisa  
Fonte: Elaborado pela autora.

## 6. O estudo de caso

A empresa analisada neste artigo, o Neo Café, é da área da indústria alimentícia, no ramo de cafés gourmet e especiais, e tem como maior objetivo a disponibilidade com rapidez de um café de alta qualidade, diferenciados nos sabores e aromas, entregues em seus ambientes de trabalho ou residência, com um simples pedido feito através do aplicativo social mais utilizado no momento, que é o *Whatsapp* (aplicativo baixado em aparelhos celulares da categoria *Smartphones*, para conversas instantâneas ligadas a uma rede de internet). Para quem ainda preferir ligar, o número mantém-se o mesmo, e também o atendimento dos consumidores e apreciadores assíduos de café, que já determinarão horários e volumes em contratos firmados. A ideia do *Whatsapp* deu-se pelo fato da região possuir muitas salas comerciais de ocupação máxima de aproximadamente 4 pessoas. Pequenos empreendedores não costumam se entrelaçar a contratos deste tipo de serviço (inicialmente, até conhecer as propostas do Neo café, por exemplo, “crédito de café”). No entanto, a ideia é disponibilizar este prazer de qualidade do café também àqueles que optem por pedir a sua garrafa ou dose individual no momento que desejar. Para isto, a empresa irá montar o centro de produção e distribuição locado dentro de um dos complexos empresariais mais populosos da cidade, objetivando, em médio prazo, despertar o interesse das mais de 4.000 pessoas que ali trabalham e residem na região e estão sempre com tempo curto para se deslocar até uma cafeteria para consumir um café de qualidade indiscutível.

## 7. DESENVOLVIMENTO DO PLANO FINANCEIRO

Todo o plano financeiro do Neo Café foi estruturado com a projeção dos 5 primeiros anos de vida da empresa. Para tanto, considerou-se algumas premissas como: foco em 20% da população existente na região, o consumo de 0,3 litros de café por dia para cada pessoa, inflação de 10% a.a. e aumento da demanda uma vez que a empresa tende a ficar mais conhecida entre seus clientes. Adotou-se

também a técnica de elaboração de cenários para as análises que envolvessem alguma previsão de demanda. Para tais análises, os cenários pessimistas, provável e otimista foram usados. As principais etapas e dados do plano financeiro serão apresentados nos itens a seguir.

### 7.1. INVESTIMENTO INICIAL

A análise do investimento inicial incluiu todo o montante que deverá ser alocado para a abertura da empresa em detalhes. Esses valores foram levantados através de cotações, pesquisas de preço na internet e consulta a um engenheiro agrônomo e um profissional que trabalha na área comercial do Café. O Quadro 1 ilustra tal informação:

INVESTIMENTO INICIAL		
1	<b>Mobiliário</b>	R\$ 2.344
2	<b>Utensílios de Cozinha</b>	R\$ 10.195
3	<b>Equipamentos</b>	R\$ 9.307
4	<b>Outros Utensílios</b>	R\$ 350
5	<b>Higiene e Limpeza</b>	R\$ 220
6	<b>Uniformes</b>	R\$ 425
7	<b>Comunicação Visual</b>	R\$ 500
8	<b>Reforma/Decoração</b>	R\$ 700
9	<b>Despesas Adicionais</b>	R\$ 2.500
10	<b>Capital de Giro</b>	R\$ 16.709
<b>TOTAL GERAL =</b>		<b>R\$ 43.250</b>

Quadro 1 - Investimento Inicial  
Fonte: Elaborado pela autora.

Logo o investimento inicial que deve ser feito para a abertura da empresa de café delivery é de R\$ 43.250.

O capital de giro foi calculado baseado na soma dos gastos fixos dos 3 primeiros meses de giro da empresa. Será apresentado a seguir.



## 7.2. INVESTIMENTOS FIXOS MENSAIS

Para o custo fixo mensal da empresa estimou-se da seguinte forma, conforme a tabela abaixo, considerando a inflação de 10% a.a (IPCA 2015 – Índice de Preço ao Consumidor Amplo calculado pelo IBGE).

<b>Despesas Fixas Mensais</b>	<b>Meses Ano 1</b>	<b>Meses Ano 2</b>	<b>Meses Ano 3</b>	<b>Meses Ano 4</b>	<b>Meses Ano 5</b>
Água	R\$ 150	R\$ 165	R\$ 182	R\$ 200	R\$ 220
Energia	R\$ 550	R\$ 605	R\$ 66	R\$ 732	R\$ 805
Telefone	R\$ 150	R\$ 165	R\$ 182	R\$ 200	R\$ 220
Aluguel máquina Café	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Gasto Contador	R\$ 250	R\$ 275	R\$ 303	R\$ 333	R\$ 366
Folha de Pagamento	R\$ 1.570	R\$ 1.727	R\$ 1.899	R\$ 2.089	R\$ 2.298
Hora Extra	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
IPTU	R\$ 100	R\$ 110	R\$ 121	R\$ 133	R\$ 146
Gás	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Material de Limpeza	R\$ 100	R\$ 110	R\$ 121	R\$ 133	R\$ 146
Material de Escritório	R\$ 100	R\$ 110	R\$ 121	R\$ 133	R\$ 146
Despesas Bancárias	R\$ 100	R\$ 110	R\$ 121	R\$ 133	R\$ 146
Manutenção	R\$ 100	R\$ 110	R\$ 121	R\$ 133	R\$ 146
Pró Labore	R\$ 2.000	R\$ 2.200	R\$ 2.420	R\$ 2.662	R\$ 2.928
Marketing	R\$ 400	R\$ 440	R\$ 484	R\$ 532	R\$ 586
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 5.570</b>	<b>R\$ 6.127</b>	<b>R\$ 6.739</b>	<b>R\$ 7.413</b>	<b>R\$ 8.155</b>

Quadro 2 – Despesas Fixas Mensais  
Fonte: Elaborado pela autora.

Para a folha de pagamento inicialmente contempla-se apenas um funcionário como mão de obra pois os dois sócios entraram como parte do efetivo da empresa Neo Café.

<b>Funcionário 1 Café</b>		
<b>Salário Bruto</b>	100%	R\$1.032
<b>13º Salário</b>	8,3% mês	R\$ 86
<b>FGTS</b>	8%	R\$ 83
<b>INSS</b>	20%	R\$ 206
<b>Vale Transporte</b>	22	R\$ 163
<b>IRPF</b>		-
<b>TOTAL GERAL =</b>		<b>R\$1.570</b>

Quadro 3 – Quadro de Efetivos do Neo Café  
Fonte: Elaborado pela autora.

### 7.3. PREVISÃO DE DEMANDA

Para a previsão de demanda, também foram utilizados cenários, onde quanto mais otimista o cenário for, maior será a demanda e maior será o faturamento da empresa de café. As estimativas de demanda foram baseadas nos dados fornecidos pelo Engenheiro Agrônomo, um Consultor Comercial no ramo de café e também pelos dados obtidos in loco. Além disso, a alíquota usada para cálculo do imposto é de 4%, pois a empresa se enquadra no sistema SIMPLES de tributação (Unificação dos impostos - IRPJ, IPI, CSLL, COFINS, PIS, INSS, ICMS e ISS - aplicáveis às Microempresas e às Empresas de pequeno porte, seguindo critérios baseados na receita bruta anual até R\$360.000,00, prevista na Lei complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, passando a vigorar a partir de 01 de julho de 2007).

Segue nos Quadro 4, 5 e 6, os três cenários de demanda mensal média de cada ano:

Cenário Pessimista: Atende a 10% da população foco da empresa.

<b>PESSIMISTA</b>	<b>Mês/Ano 1</b>	<b>Mês/Ano 2</b>	<b>Mês/Ano 3</b>	<b>Mês/Ano 4</b>	<b>Mês/Ano 5</b>
<b>Litros por dia</b>	7 L/dia	18 L/dia	26 L/dia	31 L/dia	35 L/dia
<b>Preço litro</b>	R\$ 15/ L	R\$ 15/ L	R\$ 15/ L	R\$ 17/ L	R\$ 17/ L
<b>Receita (22 dias)</b>	R\$ 2.200	R\$ 5.995	R\$ 8.525	R\$ 11.193	R\$ 12.856
<b>Impostos (4%)</b>	<b>R\$ 88</b>	<b>R\$ 240</b>	<b>R\$ 341</b>	<b>R\$ 448</b>	<b>R\$ 514</b>
<b>Total Liquido</b>	<b>R\$ 2.112</b>	<b>R\$ 5.755</b>	<b>R\$ 8.184</b>	<b>R\$ 10.745</b>	<b>R\$ 12.342</b>

Quadro 4 – Demanda – Cenário Pessimista  
Fonte: Elaborado pela autora.

Cenário Provável: Atende a 15% da população foco da empresa.

<b>PROVÁVEL</b>	<b>Mês/Ano 1</b>	<b>Mês/Ano 2</b>	<b>Mês/Ano 3</b>	<b>Mês/Ano 4</b>	<b>Mês/Ano 5</b>
<b>Litros por dia</b>	12 L/dia	32 L/dia	45 L/dia	62 L/dia	62 L/dia
<b>Preço litro</b>	R\$ 15/ L	R\$ 15/ L	R\$ 15/ L	R\$ 17/ L	R\$ 17/ L
<b>Receita (22 dias)</b>	R\$ 3.850	R\$ 10.491	R\$ 14.919	R\$ 22.498	R\$ 22.498
<b>Impostos (4%)</b>	R\$ 154	R\$ 420	R\$ 597	R\$ 900	R\$ 900
<b>Total Líquido</b>	<b>R\$ 3.696</b>	<b>R\$ 10.072</b>	<b>R\$ 14.322</b>	<b>R\$ 21.599</b>	<b>R\$ 21.599</b>

Quadro 5 – Demanda – Cenário Provável  
Fonte: Elaborado pela autora.

Cenário Otimista: Atende a 20% da população foco da empresa.

<b>OTIMISTA</b>	<b>Mês/Ano 1</b>	<b>Mês/Ano 2</b>	<b>Mês/Ano 3</b>	<b>Mês/Ano 4</b>	<b>Mês/Ano 5</b>
<b>Litros por dia</b>	17 L/dia	45 L/dia	65 L/dia	77 L/dia	89 L/dia
<b>Preço litro</b>	R\$ 15/ L	R\$ 15/ L	R\$ 15/ L	R\$ 17/ L	R\$ 17/ L
<b>Receita (22 dias)</b>	R\$ 5.500	R\$ 14.988	R\$ 21.313	R\$ 27.981	R\$ 32.141
<b>Impostos (4%)</b>	R\$ 220	R\$ 600	R\$ 853	R\$ 1.119	R\$ 1.286
<b>Total Líquido</b>	<b>R\$ 5.280</b>	<b>R\$ 14.388</b>	<b>R\$ 20.460</b>	<b>R\$ 26.862</b>	<b>R\$ 30.855</b>

Quadro 6 – Demanda – Cenário Otimista  
Fonte: Elaborado pela autora.

#### 7.4. DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS

No demonstrativo de resultados da empresa, pelo fato de a firma se enquadrar no sistema SIMPLES de tributação, os resultados se assemelham muito ao Fluxo de caixa, com a diferença que no Demonstrativo exige o fator depreciação que para fins contábeis é válido, conforme mostra o Quadro 7.

DEPRECIAÇÃO			
1	<b>Mobiliário</b>	R\$ 2.344	10% R\$ 234
2	<b>Utensílios de Cozinha</b>	R\$ 10.195	1% R\$ 102
3	<b>Equipamentos</b>	R\$ 9.307	10% R\$ 931
4	<b>Outros Utensílios</b>	R\$ 350	0% R\$ -
5	<b>Higiene e Limpeza</b>	R\$ 220	0% R\$ -
6	<b>Uniformes</b>	R\$ 425	10% R\$ 43
7	<b>Comunicação Visual</b>	R\$ 500	0% R\$ -
8	<b>Reforma/Decoração</b>	R\$ 700	4% R\$ 28
9	<b>Despesas Adicionais</b>	R\$ 2.500	0% R\$ -
10	<b>Capital de Giro</b>	R\$ 16.709	0% R\$ -
<b>TOTAL GERAL =</b>		<b>R\$ 43.250</b>	<b>R\$ 1.338 ao ano</b>

Quadro 7 – Depreciação  
Fonte: Elaborado pela autora

Para elaboração dos resultados usou-se os cenários:

Cenário Pessimista:

PESSIMISTA	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
<b>Receita Bruta</b>	R\$ 26.400	R\$ 71.940	R\$ 102.300	R\$ 134.310	R\$ 154.275
<b>Imposto (SIMPLES - 4%)</b>	R\$ 1.056	R\$ 2.878	R\$ 4.092	R\$ 5.372	R\$ 6.171
<b>Receita Líquida</b>	R\$ 25.344	R\$ 69.062	R\$ 98.208	R\$ 128.938	R\$ 148.104
<b>Custo da Merc Vendida</b>	R\$ 8.624	R\$ 25.145	R\$ 38.260	R\$ 48.862	R\$ 60.054
<b>Lucro Bruto</b>	R\$ 16.720	R\$ 43.917	R\$ 59.948	R\$ 80.076	R\$ 88.050
<b>Despesas Gerais</b>	R\$ 24.000	R\$ 26.400	R\$ 29.040	R\$ 31.944	R\$ 35.138
<b>Salários</b>	R\$ 18.837	R\$ 18.837	R\$ 18.837	R\$ 18.837	R\$ 18.837
<b>Pró-labore + Encargos</b>	R\$ 24.000	R\$ 26.400	R\$ 29.040	R\$ 31.944	R\$ 35.138
<b>Depreciação</b>	R\$ 1.338	R\$ 1.338	R\$ 1.338	R\$ 1.338	R\$ 1.338
<b>Lucro Operacional Líquido</b>	<b>-R\$ 51.455</b>	<b>-R\$ 29.058</b>	<b>-R\$ 18.307</b>	<b>-R\$ 3.987</b>	<b>-R\$ 2.402</b>

Quadro 8 – Demonstrativo de Resultados – Cenário Pessimista  
Fonte: Elaborado pela autora.

Cenário Provável:

PROVÁVEL	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Receita Bruta	R\$ 46.200	R\$ 125.895	R\$ 179.025	R\$ 269.981	R\$ 269.981
Imposto (SIMPLES - 4%)	R\$ 1.848	R\$ 5.036	R\$ 7.161	R\$ 10.799	R\$ 10.799
Receita Líquida	R\$ 44.352	R\$ 120.859	R\$ 171.864	R\$ 259.182	R\$ 259.182
Custo da Merc Vendida	R\$ 15.092	R\$ 41.126	R\$ 58.482	R\$ 80.176	R\$ 80.176
Lucro Bruto	R\$ 29.260	R\$ 79.734	R\$ 113.383	R\$ 179.006	R\$ 179.006
Despesas Gerais	R\$ 24.000	R\$ 26.400	R\$ 29.040	R\$ 31.944	R\$ 35.138
Salários	R\$ 18.837	R\$ 18.837	R\$ 18.837	R\$ 18.837	R\$ 18.837
Pró-labore + Encargos	R\$ 24.000	R\$ 26.400	R\$ 29.040	R\$ 31.944	R\$ 35.138
Depreciação	R\$ 1.338	R\$ 1.338	R\$ 1.338	R\$ 1.338	R\$ 1.338
Lucro Operacional Líquido	-R\$ 38.915	R\$ 6.759	R\$ 35.128	R\$ 94.943	R\$ 88.554

Quadro 9 – Demonstrativo de Resultados – Cenário Provável

Fonte: Elaborado pela autora.

Cenário Otimista:

OTIMISTA	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Receita Bruta	R\$ 66.000	R\$ 179.850	R\$ 255.750	R\$ 335.775	R\$ 385.688
Imposto (SIMPLES - 4%)	R\$ 2.640	R\$ 7.194	R\$ 10.230	R\$ 13.431	R\$ 15.428
Receita Líquida	R\$ 63.360	R\$ 172.656	R\$ 245.520	R\$ 322.344	R\$ 370.260
Custo da Merc Vendida	R\$ 21.560	R\$ 58.751	R\$ 83.545	R\$ 99.715	R\$ 114.538
Lucro Bruto	R\$ 41.800	R\$ 113.905	R\$ 161.975	R\$ 222.629	R\$ 255.723
Despesas Gerais	R\$ 24.000	R\$ 26.400	R\$ 29.040	R\$ 31.944	R\$ 35.138
Salários	R\$ 18.837	R\$ 18.837	R\$ 18.837	R\$ 18.837	R\$ 18.837
Pró-labore + Encargos	R\$ 24.000	R\$ 26.400	R\$ 29.040	R\$ 31.944	R\$ 35.138
Depreciação	R\$ 1.338	R\$ 1.338	R\$ 1.338	R\$ 1.338	R\$ 1.338
Lucro Operacional Líquido	-R\$ 26.375	R\$ 40.930	R\$ 83.720	R\$ 138.566	R\$ 165.271

Quadro 10 – Demonstrativo de Resultados – Cenário Otimista

Fonte: Elaborado pela autora.

## 7.5. DEMONSTRATIVO DE FLUXO DE CAIXA

Para o fluxo de caixa, consolidam-se os dados supracitados de Custo Fixos e de Mercadoria Vendidas com Receitas já deduzidas de impostos.

Cenário Pessimista:

PESSIMISTA	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Entradas	R\$ 25.344	R\$ 69.062	R\$ 98.208	R\$ 128.938	R\$ 148.104
Saída - Custo Fixo	R\$ 66.837	R\$ 73.521	R\$ 80.873	R\$ 88.961	R\$ 97.857
Saída-Compras (CMV)	R\$ 8.624	R\$ 25.145	R\$ 38.260	R\$ 48.862	R\$ 60.054
Fluxo Líq. Caixa	-R\$ 50.117	-R\$ 29.604	-R\$ 20.926	-R\$ 8.885	-R\$ 9.807
Saldo Inicial	R\$ 16.709	-R\$ 33.408	-R\$ 63.012	-R\$ 83.938	-R\$ 92.823
Lucro Operacional Líquido	-R\$ 33.408	-R\$ 63.012	-R\$ 83.938	-R\$ 92.823	-R\$ 102.630

Quadro 11 – Fluxo de Caixa – Cenário Pessimista  
Fonte: Elaborado pela autora.

Note que no cenário pessimista, as operações da empresa são insustentáveis mesmo no longo prazo, com um saldo final no primeiro ano de - **R\$33.408** e no final de 5 anos de **-R\$102.630**.

Cenário Provável:

PROVÁVEL	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Entradas	R\$ 44.352	R\$ 120.859	R\$ 171.864	R\$ 259.182	R\$ 259.182
Saída - Custo Fixo	R\$ 66.837	R\$ 73.521	R\$ 80.873	R\$ 88.961	R\$ 97.857
Saída-Compras (CMV)	R\$ 15.092	R\$ 41.126	R\$ 58.482	R\$ 80.176	R\$ 80.176
Fluxo Líq. Caixa	-R\$ 37.577	R\$ 6.212	R\$ 32.509	R\$ 90.045	R\$ 81.149
Saldo Inicial	R\$ 16.709	-R\$ 20.868	-R\$ 14.656	R\$ 17.853	R\$ 107.899
Lucro Operacional Líquido	-R\$ 20.868	-R\$ 14.656	R\$ 17.853	R\$ 107.899	R\$ 189.048

Quadro 12 – Fluxo de Caixa – Cenário Provável  
Fonte: Elaborado pela autora.

Para o cenário provável, a empresa apresentou um fluxo líquido de caixa positivo no segundo ano de vida, apesar de ainda pequeno, de **R\$ 6.212**. No entanto, a partir do terceiro ano, pelo fato da empresa Neo Café já estar conhecida, espera-se um aumento na demanda que deixará a empresa em uma situação mais confortável financeiramente, com **R\$ 81.149** de fluxo de caixa líquido ao final.

Cenário Otimista:

OTIMISTA	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Entradas	R\$ 63.360	R\$ 172.656	R\$ 245.520	R\$ 322.344	R\$ 370.260
Saída - Custo Fixo	R\$ 66.837	R\$ 73.521	R\$ 80.873	R\$ 88.961	R\$ 97.857
Saída-Compras (CMV)	R\$ 21.560	R\$ 58.751	R\$ 83.545	R\$ 99.715	R\$ 114.538
Fluxo Líq. Caixa	-R\$ 25.037	R\$ 40.384	R\$ 81.102	R\$ 133.668	R\$ 157.866
Saldo Inicial	R\$ 16.709	-R\$ 8.328	R\$ 32.056	R\$ 113.157	R\$ 246.826
Lucro Operacional Líquido	-R\$ 8.328	R\$ 32.056	R\$ 113.157	R\$ 246.826	R\$ 404.692

Quadro 13 – Fluxo de Caixa – Cenário Otimista  
Fonte: Elaborado pela autora.

Devido a maior demanda que no cenário provável, a situação financeira da empresa é muito atraente. Já no segundo ano apresentando um fluxo de **R\$ 40.384** e terminando o quinto ano com um fluxo de **R\$ 157.866** com **R\$ 404.692** em caixa.

## 7.6. PONTO DE EQUILÍBRIO

No caso do Neo Café, usou o cálculo da despesas fixas mensais dividido pela margem de contribuição do faturamento da empresa, para cada ano projetado. Somente foram feitos para os cenários provável e otimista já que não foi identificado um ponto de equilíbrio positivo ao longo dos anos no caso do cenário pessimista.

Cenário Provável:

PROVÁVEL	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Custo Fixo + \$ Giro/mês	R\$ 5.570	R\$ 6.127	R\$ 6.739	R\$ 7.413	R\$ 8.155
Custo Litro	R\$ 5	R\$ 5	R\$ 6	R\$ 6	R\$ 6
Demanda - Litro/dia	12 L/dia	32 L/dia	45 L/dia	62 L/dia	62 L/dia
Demanda - Litro/mês	257 L/mês	699 L/mês	995 L/mês	1364 L/mês	1364 L/mês
R\$ Venda litro	R\$ 15	R\$ 15	R\$ 15	R\$ 17	R\$ 17
Ponto de Equilíbrio – R\$ Venda	R\$ 22	R\$ 9	R\$ 7	R\$ 5	R\$ 6
Ponto de Equilíbrio – L/mês	371 L/mês	408 L/mês	449 L/mês	449 L/mês	494 L/mês

Quadro 14 – Ponto de Equilíbrio – Cenário Provável  
Fonte: Elaborado pela autora.

Cenário Otimista:

OTIMISTA	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Custo Fixo + \$ Giro/mês	R\$ 5.570	R\$ 6.127	R\$ 6.739	R\$ 7.413	R\$ 8.155
Custo Litro	R\$ 5	R\$ 5	R\$ 6	R\$ 6	R\$ 6
Demanda - Litro/dia	17 L/dia	45 L/dia	65 L/dia	77 L/dia	89 L/dia
Demanda - Litro/mês	367 L/mês	999 L/mês	1421 L/mês	1696 L/mês	1948 L/mês
R\$ Venda litro	R\$ 15	R\$ 15	R\$ 15	R\$ 17	R\$ 17
Ponto de Equilíbrio – R\$ Venda	R\$ 15	R\$ 6	R\$ 5	R\$ 4	R\$ 4
Ponto de Equilíbrio - L/mês	371 L/mês	408 L/mês	449 L/mês	449 L/mês	494 L/mês

Quadro 15 – Ponto de Equilíbrio – Cenário Otimista  
Fonte: Elaborado pela autora.

## 7.7. TEMPO DE RETORNO (PAYBACK)

O Payback de uma empresa informa o tempo necessário para que o investimento inicial seja recuperado. Para tanto, somou-se o lucro líquido acumulado até chegar ao valor de Investimento inicial.

Nos Quadros 16 e 17 será calculado apenas o tempo de retorno dos cenários Provável e otimista já que não há porque estudar uma empresa que apresenta prejuízo sem perspectiva de melhora conforme apontado no cenário Pessimista nos quadros anteriores.

Cenário Provável:

PROVÁVEL	Investimento	Fluxo Líquido	Lucro Acumulado	
Ano 0	-R\$ 43.250			
Ano 1		-R\$ 37.577	-R\$ 37.577	
Ano 2		R\$ 6.212	-R\$ 31.365	
Ano 3		R\$ 32.509	R\$ 1.144	3° ano
Ano 4		R\$ -	R\$ -	
Ano 5		R\$ -	R\$ -	

Quadro 16 – Payback – Cenário Provável  
Fonte: Elaborado pela autora.



Cenário Otimista:

OTIMISTA	Investimento	Fluxo Líquido	Lucro Acumulado
Ano 0	-R\$ 43.250		
Ano 1		-R\$ 25.037	-R\$ 25.037
Ano 2		R\$ 40.384	R\$ 15.346
Ano 3		R\$ -	R\$ -
Ano 4		R\$ -	R\$ -
Ano 5		R\$ -	R\$ -

2ºAno

Quadro 17 – Payback – Cenário Otimista  
Fonte: Elaborado pela autora

## 7.8. VALOR PRESENTE LÍQUIDO (VPL)

Para taxa de desconto utilizada para o cálculo do VPL, usou-se a taxa de CDB (Certificado de Depósito Bancário) atual que alguém conseguiria para o valor total do investimento do negócio em questão no banco Itáu. A taxa seria de 13,68% ao ano.

Cenário Provável: o VPL seria de **R\$148.917 - R\$ 43.250 = R\$ 105.667**

PROVÁVEL	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5	Total
Fluxo Caixa Líquido	-R\$ 37.577	R\$ 6.212	R\$ 32.509	R\$ 90.045	R\$ 81.149	R\$ -
Fluxo Descontado	-R\$ 32.471	R\$ 5.368	R\$ 28.091	R\$ 77.808	R\$ 70.121	<b>R\$ 148.917</b>
Investimento					-	<b>R\$ 43.250</b>
				<b>VPL Provável =</b>		<b>R\$ 105.667</b>

Quadro 18 – Valor Presente Líquido – Cenário Provável  
Fonte: Elaborado pela autora

Cenário Otimista: VPL seria de **R\$ 335.255 - R\$ 43.250 = R\$ 292.005**

OTIMISTA	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5	Total
Fluxo Caixa Líquido	-R\$ 25.037	R\$ 40.384	R\$ 81.102	R\$ 133.668	R\$ 157.866	R\$ -
Fluxo Descontado	-R\$ 21.635	R\$ 34.896	R\$ 70.080	R\$ 115.503	R\$ 136.412	<b>R\$ 335.255</b>
Investimento					-	<b>R\$ 43.250</b>
				<b>VPL Otimista =</b>		<b>R\$ 292.005</b>

Quadro 19 – Valor Presente Líquido – Cenário Otimista  
Fonte: Elaborado pela autora

## 7.9. TAXA INTERNA DE RETORNO (TIR)

É o indicador que apresenta o percentual de rentabilidade do negócio e facilita o comparativo com outros tipos de investimento que o mercado possibilita como bolsa de valores, fundos de renda fixa, entre outros.

No caso do Neo Café, as TIRs para os cenários são:

TIR	Pessimista	Provável	Otimista
Ano 0	-R\$ 43.250	-R\$ 43.250	-R\$ 43.250
Ano 1	-R\$ 50.117	-R\$ 37.577	-R\$ 25.037
Ano 2	-R\$ 29.604	R\$ 6.212	R\$ 40.384
Ano 3	-R\$ 20.926	R\$ 32.509	R\$ 81.102
Ano 4	-R\$ 8.885	R\$ 90.045	R\$ 133.668
Ano 5	-R\$ 9.807	R\$ 81.149	R\$ 157.866
TIR	-	30%	70%

Quadro 20 – Taxa Interna de Retorno  
Fonte: Elaborado pela autora

Note que desde o cenário provável, a taxa do TIR é superior à taxa de desconto utilizada no cálculo do VPL que é de 13,68% a.a do Certificado de Depósito Bancário (Banco Itaú), mostrando-se assim um investimento bem atraente.

## 8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O problema analisado neste trabalho está relacionado à elaboração de um plano financeiro para a abertura de uma empresa que pratica a entrega de café em porta (delivery) em Curitiba em uma região estritamente empresarial. Fez-se necessário tal trabalho uma vez que qualquer empreendimento possui um risco intrínseco, principalmente nos primeiros anos de vida do negócio o que pode ser diminuído com um planejamento extenso, exatamente o que foi feito nesse trabalho.

O objetivo do trabalho era detalhar minuciosamente todo o plano financeiro da empresa, que de fato foram devidamente cumpridos. Para tanto, como metodologia, foi feita uma análise de dados, para se ter uma visão abrangente de como o trabalho pode ser estruturado e direcionar as outras etapas da coleta e análise de dados de campo, além de buscar na bibliografia os termos e conceitos que seriam usados posteriormente no trabalho. Logo ocorreu a coleta de dados, onde foi empregado um rápido questionário ao público alvo, visitas aos concorrentes, além de entrevistas com pessoas que trabalham com a mesma matéria-prima. Também se fez um levantamento de custo que, posteriormente, foi essencial para compor o plano financeiro. Após toda análise de dados obtidos, os conceitos vistos na revisão bibliográfica foram trabalhados através das informações coletadas com o intuito de cumprir com os objetivos estabelecidos no início do trabalho.

E assim o plano financeiro compilou os dados obtidos inicialmente e os traduziu em números para que se pudesse avaliar a viabilidade financeira da abertura do Neo Café. Primeiramente foram levantados os custos de investimento inicial, custos fixos e variáveis da empresa Neo Café. Então, baseado nas entrevistas com os profissionais da área, estimou-se as demandas para que se calculasse a receita mensal. Assim, foram desenvolvidos relatórios financeiros que normalmente são utilizados para tomada de decisões de investimento. São eles: custos fixos, fluxo de caixa, demonstrativo de resultados, e tempo de retorno (payback). Além do mais, todo o plano financeiro foi projetado para 5 anos e para cada relatório, usaram-se três cenários de demanda: o pessimista, o provável e o otimista. Em suma, notou-se que se a previsão pessimista de demanda se realizar, o

negócio fica inviável, apresentando fluxos de caixa negativos nos 5 anos de operações, no entanto, no cenário provável, passa a ser lucrativa. Já no cenário otimista, onde a demanda aumenta, torna o investimento altamente lucrativo.

Ou seja, o objetivo geral do trabalho que era um plano de viabilidade financeira o qual foi atingido com sucesso, porém não concluindo o trabalho geral de desenvolvimento de um plano de negócios que engloba seus objetivos específicos de elaboração do plano de marketing, plano de recursos humanos e operacional.

Por fim, após ter elaborado o plano financeiro completo do Neo Café, pode-se dizer que existe um conhecimento significativo sobre o risco de tal empreendimento e as barreiras que devem ser superadas para que o negócio se torne financeiramente viável e lucrativo.

## 9. REFERÊNCIAS

ABIC, **Associação Brasileira das Indústrias de Café**. Disponível em: <<http://www.abic.com.br>>. Acesso em 20 de abril de 2016.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 2014.

DEGEN, R. J. **O Empreendedor – Fundamentos da Iniciativa Empresarial**. São Paulo: Makron Books 1989.

DENZIN, N. K., LINCON, Y. S., **O Planejamento da Pesquisa Qualitativa – Teoria e Abordagens**. São Paulo: Editora Bookman, 2006.

DOLABELA, F. **Oficina de um Empreendedor**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo – Transformando Idéias em Negócios** - Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

GIL, A. C., **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. – São Paulo: Editora Atlas S.A., 2008.

IBGE, **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas**. Disponível em: <[http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/precos/inpc\\_ipca/defaultinpc.shtm](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/precos/inpc_ipca/defaultinpc.shtm)>. Acesso em 30 de março de 2016.